

Jürgen Stollberg: Wie tickt die Jugend 2000?

Beitrag aus Heft »2000/01: Aufwachsen in Medienwelten II«

BRAVO ist Kult

An BRAVO scheiden sich die Geister. Für Jugendliche ist das Heft fester Bestandteil ihrer Lebenswelt. Eltern, Lehrer oder Sozialpädagogen reagierten in den vergangenen 44 Jahren je nach vorherrschendem Zeitgeist mal gelassener, mal entsetzter auf die größte Jugendzeitschrift Europas.

Doch ganz egal wie man zu BRAVO steht, jeder weiß, was damit gemeint ist. Der Bekanntheitsgrad der Marke BRAVO liegt bei nahezu 100 Prozent und genießt damit in unserer schnellebigen Welt Kultstatus.

(merz 2000-01, S. 27-30)